Comisión de Salud Pública y Asistencia Social
S/C

Versión Taquigráfica N° 2235 de 2003

CENTRO DE CONSTRUCCIÓN DE CARDIOESTIMULADORES DEL URUGUAY S.A. (CCC)

Ver exposición

EMPRESAS

Ver exposición

Nelson Arcos S.A., Itanal S.A., Guidant y Animi S.A.

Versión taquigráfica de la reunión realizada el día 18 de noviembre de 2003

(Sin corregir)

PRESIDE: Señor Representante Luis José Gallo Imperiale.

MIEMBROS: Señores Representantes Gustavo Amen Vaghetti, Raúl Argenzio, Ruben Bertín, Orlando Gil Solares, Ramón Legnani y Wilmer Trivel.

INVITADOS: Por CCC, señores Raúl Fajardo, ingenieros Julio Arzuaga y Fernando Brum.

Por la Empresa Nelson Arcos S.A., señoras Adriana Arcos (Directora) y Dinah Spitalnik (Gerente Comercial); Empresa Itanal S.A., señora Ana María Rodríguez (Directora); Empresa Guidant, señor Jorge Flores (Gerente de Marketing); y Empresa Animi S. A., señor Mario Madrid (Director).

SEÑOR PRESIDENTE (Gallo Imperiale).- Habiendo número, está abierta la reunión.

La Comisión de Salud Pública y Asistencia Social tiene el agrado de recibir a una delegación del Centro de Construcción de Cardioestimuladores integrada por los ingenieros Fernando Brum y Julio Arzuaga y por el señor Raúl Fajardo.

El motivo de la invitación es que en esta Comisión se están analizando temas vinculados al Fondo Nacional de Recursos y entre ellos, los vinculados a determinados convenios que la institución ha suscrito en materia de todo lo que tiene que ver con el área de los IMAE relacionados a la parte cardiológica. Dentro de esos

temas, en este ámbito se comentaron los convenios que estaba planteando el Fondo Nacional de Recursos con respecto a la contratación con una empresa -en este caso la de ustedes- para la implantación de marcapasos en los pacientes del sistema público. Entonces, debido a que en este ámbito otras empresas que implantan marcapasos en el sistema habían solicitado personalmente ser recibidos, consideramos lógico y razonable que también ustedes vinieran a hacer los planteamientos y argumentaciones que desde vuestro punto de vista consideren pertinentes. En ese sentido fue que se cursó la invitación.

Les cedemos el uso de la palabra para que nos informen todos los últimos movimientos que ha habido respecto a este tema, pero fundamentalmente qué representan, qué empresa es, en qué condiciones está funcionando y cuáles son las características.

SEÑOR BRUM.- Queremos agradecer la invitación para participar en esta reunión.

En este último período en el que nuestra empresa ha estado bastante expuesta -no había sucedido anteriormente-, la primer sensación que tuvimos por una serie de artículos que se publicaron en la prensa y una serie de comentarios, fue de sorpresa.

Concretamente, en este tema de la negociación con el Fondo Nacional de Recursos, acudimos al llamado de precios con un costo que era el más bajo y en ese marco de negociación el Fondo nos planteó si la empresa estaba en condiciones de hacer una mejora aún mayor a esos precios. Entonces, nuestra empresa hizo una oferta concreta, una mejora de los precios del 7,5% y como contraprestación le solicitamos a la institución que nos asegurara la adquisición de un mínimo de unidades. Simplemente, fue una negociación comercial como tantas veces hicimos con el Fondo Nacional de Recursos o en otros países. Finalmente, el Fondo decidió a favor de nuestra propuesta y fue la institución la que después de implementar esa propuesta emitió la decisión relativa a los pacientes que provenían de salud pública.

Es decir que en esta negociación nuestra empresa, por el hecho de ser nacional, no tuvo ningún beneficio sino que participamos en un llamado de precios en absoluta igualdad de condiciones con los distribuidores y representantes de las empresas extranjeras, con los importadores.

Por otro lado, quisiera hacer algunos comentarios sobre nuestra empresa y trabajo. Nuestra fábrica está operando desde 1969; tiene muchísimos años, más de treinta, que ha pasado por una serie de etapas, pero en concreto, desde principios de los años noventa, el CCC diseña y fabrica marcapasos enteramente nacionales. Cuando decimos diseña y fabrica, quiere decir que nuestra empresa tiene un grupo de ingenieros que hace el diseño mecánico, es decir las cajas de los marcapasos, el diseño electrónico, el diseño del "software" que va adentro, el diseño de los cables que se utilizan y el diseño de la parte de programación del marcapasos que normalmente se hace desde una computadora. Es decir, toda la parte de diseño se hace localmente con ingenieros nuestros. En ese sentido, desde hace muchos años tenemos una relación excelente con la Universidad de la República, en particular con el Instituto de Ingeniería Eléctrica y en algunos modelos de nuestros marcapasos se incorporó lo que en algún momento fue bastante difundido a nivel del Uruguay, el primer "chip", el primer circuito integrado que se desarrolló en el Uruguay con un uso real y no simplemente como una experiencia universitaria. Ese "chip" fue diseñado por la Facultad de Ingeniería junto con nuestra empresa, fue verificado en Suiza y fabricado por ALCATEL, una empresa que fabrica "chips" en Europa, simplemente porque no hay en América Latina ni en Uruguay empresas que lo hagan.

Entonces, nuestro diseño y fabricación es absolutamente local; tenemos que más del 70% del costo de los marcapasos es valor agregado localmente. Además, de trabajar en Uruguay, nuestra empresa también opera internacionalmente. De nuestras ventas, solamente una cuarta parte corresponden a ventas en el Uruguay, mientras que el resto, a ventas que hacemos en el exterior, tanto en la región en países como Argentina, República Dominicana o Ecuador y en el exterior en países bastante exóticos como Rusia o la India y también en el Primer Mundo. Tenemos clientes en Estados Unidos, en Canadá, en Europa y en Israel de dispositivos médicos implantables porque no solamente hacemos marcapasos sino también varias clases de dispositivos.

Con respecto a Uruguay, por supuesto que estamos operando desde antes de que existiera el Fondo Nacional de Recursos. De la totalidad de marcapasos que se colocan en Uruguay, cuando no teníamos este acuerdo con el Fondo -es decir que el Fondo los pagaba, pero cada uno de los médicos tomaba la decisión final de qué marcapasos recomendar-, en esas condiciones el CCC hoy tiene el 30% del mercado. Es decir que somos la

marca más vendida en el Uruguay, aun sin ninguna clase de acuerdo con el Fondo Nacional de Recursos y con los médicos tomando la decisión que consideran más adecuada. En esas condiciones, somos la marca número uno desde hace muchísimos años.

Esta negociación a nosotros nos permite, en la medida que se aumenta el volumen, bajar los precios. Por lo tanto, el Fondo Nacional de Recursos deberá pagar menos.

Nosotros no nos presentamos como empresa nacional sino como una empresa cualquiera. Desde el punto de vista impositivo, en algunos artículos de prensa se ha dicho que tenemos ventajas. Nosotros no tenemos ninguna ventaja impositiva; nuestra empresa no tiene ninguna clase de protección. Fue una empresa declarada de interés nacional hasta el año 1988; hace quince años que dejó de ser una empresa declarada de interés nacional y no hemos vuelto a solicitar ese estatus. Es decir que desde 1988 operamos como una empresa común y corriente.

Por cada una de las partes que importamos, pagamos el Arancel Externo Común del MERCOSUR; para cada pieza el Arancel es diferente. Además, pagamos impuestos adicionales, como el IMADUNI. Se trata de impuestos específicos que los productos importados no pagan.

En este momento tenemos una planta con sesenta empleados, de los cuales la mitad son profesionales, ya sea ingenieros, estudiantes de ingeniería o de otra profesión; tenemos una plantilla con un altísimo porcentaje de personas en alguna de las instancias universitarias.

Por otra parte, somos una empresa que viene creciendo. En los últimos cuatro o cinco años venimos creciendo a un ritmo del 25% anual. Este crecimiento está muy orientado hacia la exportación. En el año 1997 prácticamente no exportábamos y hoy tres cuartas partes de nuestras ventas corresponden a la exportación.

También venimos creciendo en prestigio. Nosotros participamos en convenciones, congresos, conferencias y ferias internacionales donde somos la única empresa del ámbito médico, no solamente del Uruguay sino de la región. Somos la única empresa del hemisferio sur que diseña marcapasos; la otra empresa que fabrica marcapasos en el hemisferio sur es la Empresa de la India, que utiliza nuestra tecnología.

Entonces, el espíritu que queremos dejar planteado es que participamos en una negociación sin ningún tipo de ventaja por ser una empresa nacional, que no tenemos ningún tipo de ventaja arancelaria -estamos bajo las condiciones del Arancel Externo Común del MERCOSUR-, que tenemos sesenta personas trabajando y que estamos creciendo. Desde el punto de vista de la calidad, tenemos la certificación del LATU. Algunos de nuestros productos tienen la certificación del British Standard Institute, lo que los habilita para ser vendidos en Europa. No se trata de marcapasos sino de estimuladores para insuficiencia cardíaca, que son dispositivos aún más complicados que los primeros.

Además, contamos con las estadísticas del Fondo Nacional de Recursos que quizás digan más que una auditoría. Hace treinta años que venimos trabajando sin problemas ni complicaciones. Los números demuestran que la performance de nuestros equipos es, al menos, equivalente a la de los importados.

Este es el panorama que queríamos plantear sobre nuestro trabajo y sobre el acuerdo comercial que firmamos con el Fondo Nacional de Recursos, similar al que Salud Pública o cualquier otra institución podría firmar con distintos laboratorios para que de determinado medicamento se utilice una marca y no otra porque le ofrece mejores condiciones. Es un poco eso. Hubo un llamado y nosotros presentamos el mejor precio. Esos son los términos en los que nos presentamos.

En el tema de los medicamentos ocurre algo similar. Muchas veces una institución hace un llamado y compra una determinada marca. Por ejemplo, en Argentina, el PAMI no hace las licitaciones que se realizan Uruguay donde el Fondo paga y los médicos tienen algún nivel de opciones. Cuando el PAMI hace una licitación para comprar tal modelo de marcapasos por seis meses, gana una empresa y esa es la que se encarga de abastecer de ese producto durante ese tiempo, y nadie se plantea una discusión o polémica tan tremenda como la que hemos vivido nosotros, que estamos acostumbrados a trabajar y a no tener tanta exposición pública.

SEÑOR ARZUAGA.- Quisiera agregar algún elemento y plantear una reivindicación.

Nosotros no tenemos ningún tipo de declaración de interés nacional, pagamos el Impuesto a la Renta y el Impuesto al Patrimonio. En el último Ejercicio, el CCC pagó aproximadamente $ 2:000.000 de Impuesto a la Renta y al Patrimonio. Pagamos los impuestos de importación que corresponden de acuerdo con el Arancel Externo Común, al igual que los importadores. Por supuesto que cada ítem paga diferente tasa. Además del Arancel Externo Común, pagamos el IMADUNI. Existe una ley que, seguramente debido a una equivocación legislativa, exonera del pago de IMADUNI a los medicamentos, a los materiales que se usan para fabricarlos y a los dispositivos que se implantan, pero no a los materiales que se utilizan para fabricar esos dispositivos. Por ende, si alguien importa un marcapasos completo, no paga IMADUNI. Como obviamente hay que importar partes de esos materiales que van a ser usados para fabricar marcapasos, se paga promedialmente -porque el IMADUNI no es igual para todos los ítem- el 7% por encima del arancel externo común del MERCOSUR. Parece lógico plantearlo ya que estamos en el Palacio Legislativo.

Otro tema a señalar es el vinculado con nuestra relación con el Fondo Nacional de Recursos. A partir de lo que uno escucha en la prensa daría la impresión de que hay quienes piensan que nosotros tenemos cierto favoritismo del Fondo Nacional de Recursos o que hay algún tipo de ventaja que nos otorga el Fondo Nacional de Recursos por ser empresa nacional. La situación históricamente ha sido al revés; en realidad, el CCC nunca tuvo una ventaja del Fondo Nacional de Recursos por ser una empresa nacional. Inclusive, por distintas razones -quizá porque somos una empresa esencialmente de ingeniería, de desarrollo de productos y de fabricación y no tenemos un departamento comercial importante y, por ende, no tenemos personal que haga gestiones permanentemente en el Fondo Nacional de Recursos-, nos hemos visto perjudicados en más de una situación. Por ejemplo, el Fondo Nacional de Recursos mantenía a enero de 2002 una deuda de US$ 398.000 con el CCC, porque, dada la situación económica del país en aquel momento, habían dejado de pagar los marcapasos que se les entregaban, así como también los que entregábamos nosotros y los importados que entregaba la competencia. Al momento de la devaluación el precio de los marcapasos fue congelado en pesos a un precio de $ 14 por dólar, por lo que el precio que recibimos por esos marcapasos fue menos de la mitad de su valor. En realidad, todavía no recibimos todo, porque lo correspondiente a diciembre de 2001 y enero de 2002 aún no lo cobramos y el Fondo Nacional de Recursos nos lo pagará en diez cuotas congeladas en pesos, con el dólar a $ 14. Ocurrió, seguramente por un tema de mejor capacidad de gestión, que la mayoría de los importadores empezó a cobrar antes esas cuotas atrasadas. Nosotros las empezamos a cobrar después de la devaluación; ellos las empezaron a cobrar antes y, por ende, las cobraron en dólares a un precio bastante superior.

También ocurrió que cuando se produjo la devaluación el Fondo Nacional de Recursos tenía un mecanismo de reajuste del precio de los marcapasos cuatrimestral, la mitad de acuerdo con el aumento del dólar y la otra mitad de acuerdo con el costo de vida. En el momento en que se produjo la devaluación, todavía faltaba algún tiempo para que se produjera el próximo reajuste. Por ende, el precio que pagaba el Fondo Nacional de Recursos en dólares o teniendo en cuenta el costo de vida, se redujo sustancialmente y cuando se cumplieran los cuatro meses iba a aumentar en un porcentaje muy importante, porque había aumentado el dólar en un porcentaje muy importante. En esa situación todos los importadores de marcapasos dejaron de entregarlos, porque les convenía esperar veinte días, ya que los que marcapasos que entregaran veinte días después los iban a cobrar a un precio reajustado, mientras que los marcapasos que se entregaran en ese momento iban a cobrarse al mismo precio en pesos y a un precio anterior a la devaluación. Entonces, durante quince días los únicos que entregaron marcapasos en este país fuimos nosotros, fue el CCC. Ello implicó costos adicionales, no solo porque los cobramos más baratos, sino porque en los centros de implantes en los que no se implantaban nuestros marcapasos se implantaron uno o dos marcapasos y, para posibilitar el implante de un marcapasos de una determinada marca -los programadores de marcapasos son programadores de una determinada marca de marcapasos; es decir, los técnicos saben manejar una marca de marcapasos-, tuvimos que hacer una inversión de la que éramos totalmente conscientes que era totalmente a pérdida, ya que sabíamos que en el momento en que se reajustaran los precios de los marcapasos iban a reaparecer los marcapasos extranjeros y los iban a volver a implantar en esos centros de implantes. Esa situación se dio y formó parte de lo que nosotros entendimos que era nuestro compromiso con el país; además, estábamos en condiciones de hacerlo porque, por suerte, somos una empresa a la que le está yendo bastante bien.

SEÑOR AMEN VAGHETTI.- No me daría ningún prurito si hubiera un cierto favoritismo del Fondo Nacional de Recursos con una empresa uruguaya si la calidad del producto y el precio son similares. Lo digo para que conste en la versión taquigráfica.

Ahora, si bien aquí todos somos médicos, el tema de los marcapasos y el de los cardioestimulantes no lo domino con totalidad.

De lo que se ha hablado en la prensa -en un artículo que todos hemos leído- es de diferencia de calidad. En ese sentido, ¿hay algún estudio o auditoría externa que compare el desarrollo en tiempo, en durabilidad -no soy ingeniero- o en que no haya desajustes en la programación entre los marcapasos uruguayos y los importados?

SEÑOR ARZUAGA.- Nosotros no tenemos un estudio; no recibimos información de la competencia en cuanto a la performance de sus aparatos. El Fondo Nacional de Recursos, que es el que paga y compra en alguna medida el 99% de los marcapasos que se implantan en este país, nos ha informado que, de acuerdo con sus estadísticas, de ninguna manera la performance de los marcapasos uruguayos es peor a la de los marcapasos extranjeros; los resultados, en general, son mejores en cuanto a la durabilidad y no hay ninguna diferencia en cuanto a la eficiencia con respecto al tratamiento de los pacientes. Ese es un aspecto.

Hay un segundo aspecto, que es el siguiente. Hasta hace un mes aproximadamente el mecanismo por el cual se decidía qué marca de marcapasos se implantaba en Uruguay era que los médicos indicaban un determinado marcapasos; podían indicar cualquiera, no había competencia por precio porque en todos los casos los precios los pagaba el Fondo Nacional de Recursos. Lo real es que, históricamente siempre, la marca de la que se han puesto más marcapasos en el país es la de CCC. Es decir, claramente no hay una percepción de los médicos -uno diría que el paciente es el que elige, pero la realidad es que el paciente no tiene chance de elegir- de que la performance sea peor, dado que la marca de marcapasos que más se implanta es la nuestra.

Ocurre, sí -lo hemos dicho más de una vez-, que marcapasos hay de distintos tipos -esencialmente, hay cuatro tipos de marcapasos-, que son indicados de acuerdo con la enfermedad del paciente y con otras características del paciente, como la edad. Un tipo de marcapasos de los cuales se implantó el 11% en el 2002 en el país, CCC no los produce en este momento. Estamos desarrollando un modelo de ese tipo de marcapasos, pero en este momento no está a disposición. Está claro que los pacientes que necesiten ese tipo de marcapasos no pueden usar marcapasos CCC, porque no se tiene marcapasos de ese tipo. Con respecto a las cifras, los marcapasos funcionan alrededor de seis y siete años. En este momento, nuestra garantía es de seis años y en una época fue de siete años. Entonces, tiene que pasar mucho tiempo para tener estadísticas significativas. Las estadísticas del Fondo a que tenemos acceso muestran que nuestros marcapasos cumplen totalmente con la garantía. Como se trata de una garantía, si un marcapasos se agota antes de la fecha tenemos que reponerlo sin cargo para el Fondo. Las cifras del Fondo muestran que nuestros marcapasos tienen exactamente la misma calidad que los importados, si no más, porque hay muchos marcapasos importados que no llegan a durar tanto tiempo o que están en el borde y que tienen importantes tasas de recambio.

Tenemos cifras del exterior. Desde hace mucho tiempo tenemos marcapasos implantados en Rusia puesto que empezamos a operar allí en el año 1998. En este momento se están cumpliendo las fechas adecuadas y no hemos tenido ningún tipo de problemas. No podemos mencionar ejemplos de otros países. En Argentina hace dos o tres años que estamos trabajando y, obviamente, no hay estadísticas significativas al respecto. Las estadísticas significativas que tenemos son las de Uruguay, las del Fondo, las oficiales.

También tenemos la inspección y la auditoría de los organismos correspondientes: del LATU, por un lado, y del organismo regulador inglés, que nos ha venido a inspeccionar en el año 2002. Dicho organismo nos ha autorizado el producto que vino a inspeccionar y nuestra práctica de manufactura, y en el año 2003 hemos revalidado esa autorización.

La otra cosa que tenemos son más de 30 años en el país. Hay 30 años de estadísticas sobre nuestros marcapasos disponibles en Uruguay; son cifras del Fondo que están al alcance de cualquiera. El Fondo ha dicho muchas veces que la longevidad y la calidad de nuestros marcapasos es absolutamente igual o mejor que la de muchos modelos o marcas importados.

SEÑOR PRESIDENTE.- Cuando el Fondo licita, ¿hace un llamado abierto para los cuatro tipos de marcapasos?

SEÑOR BRUM.- En realidad, el Fondo hace un llamado a precios. Las empresas presentamos los precios y el Fondo luego indica los precios que está dispuesto a pagar; es decir, fija los precios máximos de venta. Entonces, no se discrimina la cantidad de cada modelo. El Fondo no compra por unidades y, en este caso en particular, llegó a un acuerdo con nosotros por un mínimo de 550 unidades en el año, sin que se indique la cantidad de cada modelo.

Como decía el ingeniero Arzuaga, de los cuatro modelos básicos hay uno que no tenemos y que estará disponible recién el año que viene. Entonces, los marcapasos que se pongan de ese modelo naturalmente no podrán ser de nuestra marca. La incidencia de ese modelo dentro del universo de los marcapasos en el Uruguay es apenas del 11%.

SEÑOR ARZUAGA.- El Fondo da forma de licitación a lo que es en realidad un mecanismo para fijar precios tope. A partir de ese llamado a licitación, recibe los precios, fija los precios tope y paga marcapasos de cada uno de los tipos a precios menores de tal cantidad, en la medida en que los médicos los indiquen y los implanten, y tengan la homologación necesaria para poder ser implantados en el país. Este es el mecanismo de compra que ha seguido el Fondo Nacional de Recursos en los últimos años.

SEÑOR PRESIDENTE.- Yo no estuve en la reunión anterior en que concurrió el doctor Bagnulo, que es cuando este tema se empezó a tratar. Por eso, tal vez pregunte algo sobre lo que ya hubo información. Según tengo entendido, el Fondo, decidió este llamado a precios para la colocación de marcapasos a los pacientes del sector público que lo necesitaban. Todavía no tengo información -el doctor Bagnulo va a volver a la Comisión- con respecto a lo siguiente. Se hizo un llamado para un sector del universo que es el de los públicos -el Fondo lo maneja así-, para colocación y para precios de determinados tipos de marcapasos. Ustedes ganan en función de la condición de sus marcapasos y por precio. El Fondo va a utilizar para ese universo los marcapasos que ustedes fabrican, pero ustedes no hacen todos. Entonces, habrá algún tipo de marcapasos, que serán indicados a los pacientes, que no fueron licitados. Este no es una pregunta, porque se trata de un problema que no les compete; más bien estamos tratando de ubicarnos.

SEÑOR ARZUAGA.- No hubo una licitación para comprar los marcapasos para los pacientes de Salud Pública, sino una licitación -como ha habido más de una vez- para comprar en general los marcapasos que utilizan todos los pacientes amparados por el Fondo.

En todas las otras licitaciones pasó que el Fondo nos envió una comunicación en la que nos decía que nuestros marcapasos, al precio que habíamos ofrecido, podían ser colocados en la medida en que el Fondo autorizara la colocación. Eso fue dicho a nosotros y a la competencia, sin ninguna indicación de cuántas unidades nos iban a comprar; el Fondo iba a comprar marcapasos de acuerdo a la demanda que hubiera. En este caso, el Fondo nos contestó que nos iba a comprar 550 marcapasos no sabemos de qué modelo y nos consta que informó a los IMAE que a los pacientes atendidos por Salud Pública les debía poner esos marcapasos. Ese era el mecanismo para asegurarnos la compra de 550 unidades. Al resto de la población le va a seguir poniendo marcapasos suministrados por nosotros o importados, de acuerdo con los precios de la licitación.

SEÑOR PRESIDENTE.- Eso está claro. De cualquier manera, creo que es un tema que no es problema de ustedes; es otro aspecto que tendremos que tocar con los responsables de esa decisión.

SEÑOR AZUAGA.- A nosotros no nos compraron los marcapasos para Salud Pública; nos compraron 550 marcapasos.

SEÑOR GIL SOLARES.- En materia de la industria de los marcapasos, tenemos la sensación de que nuestro país tiene que ser a los marcapasos como Suiza es a la relojería, algo realmente importante para todos.

Quiero saber si están sometidos a regímenes de patentes y a "royalties", y cuáles son los materiales que necesitan importar.

SEÑOR BRUM.- No pagamos ninguna patente a empresa alguna del exterior o local. Todos los marcapasos que desarrollamos son diseñados por nosotros; es decir, nuestra empresa no es subsidiaria ni tenemos relación de dependencia con ninguna empresa internacional; lo único que tenemos en el exterior son clientes que nos compran. Todos los desarrollos son propios y, reitero, no pagamos absolutamente nada de "royalties" ni patentes. Es más, a los mercados de la India y de Rusia nosotros les vendemos el circuito que tiene la electrónica y la informática. Ellos nos pagan el circuito y luego le ponen el resto de las piezas y lo venden en Rusia y en India con marca propia. Eso es un royalty. En mercados tan lejanos y tan complicados como el ruso y el hindú es muy difícil controlar la cantidad de unidades, por eso simplemente les vendemos una pieza para controlarlos. En cambio, si fuera un mercado un poco más sofisticado, le cobraríamos un royalty; es decir, no solamente no pagamos royalty, sino que lo cobramos porque exportamos esa tecnología.

Desde el punto de vista de las piezas que utilizamos para hacer los marcapasos, quiero resaltar que importamos todas. Hay dos fábricas en el mundo que producen baterías, pero prácticamente el cien por cien de las empresas de marcapasos las compran a una empresa norteamericana llamada Wilson Greatbatch, que tiene el cuasi monopolio del mercado de las baterías; por lo tanto, las compramos en el exterior. Compramos la cápsula exterior del marcapasos que es de titanio y este metal también lo adquirimos en Estados Unidos, así como también los componentes electrónicos porque no hay quienes los fabriquen en el Uruguay ni en la región. Efectivamente, si se tiene que comprar un componente electrónico de grado médico, habrá que ir a los lugares donde hay. Ahora bien, si sumamos, el valor final del marcapasos -que lo compone las partes, el costo del diseño que lleva muchísimo tiempo, que hay que cargarlo de una cierta cantidad de unidades-, más el costo de la verificación y la variación del diseño -que también es extremadamente caro-, más la mano de obra utilizada para fabricar y para hacer el aseguramiento de la calidad, el valor agregado de nuestra empresa es de más del 70%; es decir, nosotros compramos un 30% y agregamos un 70% a nivel local, porque el diseño más el aseguramiento de la calidad, más la mano de obra para armar el dispositivo, la verificación del diseño, el empaque, etcétera, suman todo eso. Como dije, las partes son importadas y, lamentablemente, extra región, porque no hay fábricas que produzcan esa clase de dispositivos.

SEÑOR GIL SOLARES.- Quisiera saber qué tipo de baterías usan y cuáles son los materiales.

SEÑOR ARZUAGA.- Las baterías de los marcapasos son de litio y yodo, pero de grado médico, de grado implantable. Para otros productos implantables utilizamos otro tipo de baterías que son siempre de litio y algo más, que no siempre es yodo.

SEÑOR BRUM.- Vamos a dejar una carpeta con información de la empresa. En los folletos de cada uno de los marcapasos figura exactamente el tipo de batería que utiliza.

SEÑOR AMEN VAGHETTI.- Quisiera saber cuáles son las cifras anuales de las exportaciones.

SEÑOR BRUM.- Si sumamos las exportaciones de bienes con la venta de servicios en el exterior, no llegamos a los US$ 2:000.000.

SEÑOR ARGENZIO.- Quiero señalar que cuando concurrió el Fondo Nacional de Recursos, se nos dijo que variaba el tipo de marcapasos de acuerdo con el IMAE que los estaba implantando y al técnico que los realizaba. Nos dejaron una gráfica en la cual se mostraba que en algunos centros los marcapasos estaban repartidos más o menos en partes iguales y en otros había una notoria preferencia por implantar cardioestimuladores de determinada procedencia. Si no entendí mal, eso se debía a que el IMAE tenía una especie de contrato con el importador o algo por el estilo. Quisiera saber si eso es así.

SEÑOR ARZUAGA.- No conocemos la situación en todos los casos, pero es real que el Instituto Nacional de Cirugía Cardíaca es el que implanta la mayoría de nuestros marcapasos en el país. Esto obedece esencialmente a una razón histórica. El Centro de Construcción de Cardioestimuladores se llama así para mantener la sigla C.C.C, que es la marca de nuestros marcapasos, que antes quería decir Centro de Cirugía Cardíaca, que hoy es el Instituto Nacional de Cirugía Cardíaca.

Nuestra empresa surgió a partir del grupo de médicos que trabajaban en marcapasos desde 1960 en el Centro de Cirugía Cardíaca, quienes realizaron el segundo implante en el mundo. Es decir, fue integrante del Centro de Cirugía Cardíaca y, posteriormente, por obvias razones de incompatibilidad se transformó en una empresa y se abrió, pero mantuvo el vínculo de confianza y de investigación conjunta con el Instituto Nacional de Cirugía Cardíaca. Efectivamente, en ese Instituto, en una amplia mayoría, se colocan marcapasos del C.C.C. No conocemos las razones por las que en otros centros de implantes se colocan otros marcapasos y en algún caso ni siquiera nacionales.

SEÑOR PRESIDENTE.- Entonces, el mecanismo de implantación del marcapasos sería el siguiente. El paciente llega a un IMAE para colocarse un marcapasos y, de acuerdo a una decisión del Fondo Nacional de Recursos, si es público, se le va a colocar el marcapasos C.C.C; si el paciente es privado, se le colocará un marcapasos de acuerdo al implantador que lo considere.

SEÑOR ARZUAGA.- Nosotros no lo sabemos, pero por lo que oímos parecería que es así.

SEÑOR PRESIDENTE.- Entonces, el IMAE factura al Fondo Nacional de Recursos la técnica y el marcapasos.

SEÑOR ARZUAGA.- En realidad, es el proveedor del marcapasos el que factura directamente al Fondo Nacional de Recursos; el implante, el acto médico, lo factura el IMAE.

SEÑOR FAJARDO.- A efectos de clarificar las preguntas que formulara el señor Diputado Gil Solares, nos gustaría que ustedes nos visitaran y conocieran el C.C.C, porque vale la pena.

SEÑOR PRESIDENTE.- Agradecemos su visita.

(Se retira de Sala una delegación del Centro de Construcción de Cardioestimuladores)

(Ingresan a Sala representantes de la empresa Nelson Arcos S.A.)

——La Comisión da la bienvenida a las señoras Adriana Arcos, Directora, y Dinah Spitalnik, Gerente Comercial, de la empresa Nelson Arcos S.A.; a la señora Ana María Rodríguez, Directora de la empresa Itanal S.A.; al señor Jorge Flores, Gerente de Marketing de Guidant; y al señor Mario Madrid, Director de la empresa Animi S.A. Nosotros habíamos recibido una nota con fecha 11 de noviembre por la cual solicitaban ser recibidos a los efectos de realizar un planteamiento referido a temas relacionados con el Fondo Nacional de Recursos y a la implantación de marcapasos.

SEÑORA ARCOS.- Nos presentamos ante ustedes y agradecemos a la Comisión de Salud Pública y Asistencia Social de la Cámara de Diputados por defender los derechos otorgados a la comunidad por la Ley Nº 14.897. Además, les agradecemos por recibir a los integrantes de las tres empresas uruguayas proveedoras del Fondo Nacional de Recursos, con una larga trayectoria en el mercado de nuestro país.

A efectos de aclarar algunos conceptos vertidos en esta Comisión por la delegación de la Comisión Honoraria Administradora del Fondo Nacional de Recursos, quisiéramos expresar lo siguiente. Primero: se refieren a que en el año 2000, el Fondo tenía una desfinanciación del 16,4% y que le debía un atraso de siete meses en el pago a sus IMAE y acreedores. Explican que el motivo era que el Fondo en ese momento era un organismo financiador de alta tecnología y que se comenzó trabajando en los insumos y en el seguimiento de los actos médicos. Queda planteado de esta forma que, aparentemente, eran estos dos elementos los causantes de la desfinanciación del Fondo. En realidad, nosotros entendemos que el Fondo se había desfinanciado porque el Estado no cumplió con sus aportes en tiempo y forma. En este punto, también queremos dejar en claro que el Fondo tenía un atraso de muchísimos meses con sus proveedores.

Segundo: más adelante, se opina sobre los proveedores diciendo que nos presentamos cartelizados ante el Fondo; que todos nos presentamos con los mismos precios con centavos de diferencia y se refieren a un llamado a precios de marcapasos del año 2001 y principios del año 2002. A fines del año 2001 y principios de 2002, no hubo ningún llamado a precios ni licitación de marcapasos. En ese momento, dos empresas llegaron

a un acuerdo con el Director Técnico del Fondo Nacional de Recursos, el cual les ofrecía la totalidad del mercado a cambio de que hicieran un importante descuento en los precios de los marcapasos. Se suponía que ese gran descuento se podría lograr en base a una mayor porción del mercado existente.

Tercero: en setiembre del año 2002, los proveedores no cortamos la provisión de marcapasos como se dijo oportunamente sino que nos vimos obligados a disminuir las entregas cuando el Fondo pretendía pagarnos con un dólar a $ 16 mientras que la mercadería nos costaba cerca de $ 28 por dólar.

Luego se dice que volvimos a entregar marcapasos cuando se llegó a un acuerdo que reconocía por mitades el valor inflación y el valor dólar. La realidad es que el Fondo nos pagó los siete meses de atraso con un dólar a $ 16, generando a cada empresa una importantísima pérdida. El mencionado acuerdo -que no fue tal sino una imposición del Fondo que se mantiene hasta la fecha- se refiere solamente al precio de los marcapasos comprados posteriormente a esa resolución. Además, no aclara que el ajuste inicial se realizó partiendo del dólar al tipo de cambio de $ 16 y no a $ 26 como estaba en esos momentos.

Cuarto: más adelante, en la misma hoja se dice que el Fondo ha hecho dos estudios sobre qué se debe analizar en los marcapasos y llega a la conclusión de que era su duración. Se refiere también a que si el marcapasos tiene algunos "chiches" -entre comillas- determina un mayor gasto de batería.

Frente a estas afirmaciones que, a nuestro entender, rayan con lo insólito, debemos declarar lo siguiente. Por un lado, creemos que toda persona entendida en el tema de marcapasos estará de acuerdo en que lo más importante de un marcapasos es la calidad de vida que da al paciente. Por otro, consideramos que las expresiones acerca de los "chiches" de sensado y estimulación realmente suenan muy despreciativas y no toman en cuenta cuarenta años de estudios científicos sobre el tema.

Al respecto, debemos aclarar que el Fondo recibió siempre por parte las empresas proveedoras una garantía de seis años de funcionamiento mínimo, lo cual determina que el Fondo no tenga que preocuparse por este tema.

Deseamos aclarar también que desde el año ochenta a la fecha, el Fondo ha recibido y ha usado siempre la última tecnología. Algunos "chiches" mencionados involucran dispositivos que se dedican específicamente a ahorrar vida útil de la batería y por tanto del dispositivo, lo que en definitiva va en beneficio del paciente.

En la página tres se hace referencia a los marcapasos CCC y se pretende compararlos en varias formas con los marcapasos importados. Nosotros no nos vamos a referir a las características ni a los resultados de los marcapasos CCC ya que entendemos que es un tema de expertos y por tanto, son ellos quienes tienen que explicar la diferencia entre ambos dispositivos.

En el punto seis insisten en que hay importantes intereses económicos en juego. Nosotros entendemos que también los hay. Queremos aclarar que en la rebaja de gasto anual en marcapasos en la cual se habla de un descuento de siete millones a tres millones cuatrocientos mil, juegan dos elementos fundamentales: el primero que se incluye en el mismo, el gasto por aranceles, que como todos sabemos en dólares ha sufrido una gran disminución, sin la intervención del Fondo.

Lo segundo es que el método de compra del Fondo es llamar a una licitación que jamás se cumple y luego negociar con los proveedores independientemente, obligando a los de mejor calidad y precio más alto a entregar sus dispositivos al precio del que ofertó más bajo.

Un aspecto importante a considerar es que los proveedores nos hemos visto obligados a entregar mercadería a precios muy bajos pues el Fondo tiene el monopolio de la compra de estos insumos. Queremos ilustrar a ustedes esta situación con la presentación del precio de electrodos determinados por el Fondo Nacional de Recursos y el precio que pagan esas empresas para ver la realidad. Aunque suene increíble, el Fondo pretende pagar por debajo del costo de estas empresas. Hemos anexado esta información.

Entendemos que otro problema es que la Dirección del Fondo Nacional de Recursos ha hecho innumerables declaraciones dirigidas al público en general el cual no entiende sobre los detalles técnicos.

Otro punto importante a considerar cuando hablamos de los marcapasos CCC es el hecho de que esta firma paga mucho menos impuestos de entrada de su mercadería al Uruguay que el resto de los proveedores. En la

página seis, refiriéndose a los proveedores de insumos, se plantea que cobraron al Fondo lo que quisieron durante muchísimo tiempo. Queremos aclarar públicamente que todos los precios pagados por el Fondo Nacional de Recursos siempre fueron fijados y autorizados por el propio Fondo, a través de llamados a precios. Los precios siempre fueron fijados por ellos.

Al final de la página seis, en una invitación a bailar donde nos explican qué son los electrodos, "que es lo que va desde la fuente al marcapasos", en realidad es un cable muy sofisticado que estimula y sensa el corazón y va desde el marcapasos al corazón.

Al comienzo de la página ocho dicen que demoran en pagar hemodinamias que les merecen dudas. Lo que no se dice es que en caso de dudas entre el IMAE y el Fondo, tampoco se paga a los proveedores, cuyos insumos ya fueron utilizados. O sea se utilizan y a nosotros no nos pagan.

Al final de la página nueve, creemos que se incurre en una gruesa inexactitud, pues dice que los cardiodefibriladores costaban US$ 35.000 y también afirma que hoy cuestan US$ 23.000. Como se verá en el anexo II, al día de hoy, el Fondo paga $ 417.887.07 más impuestos -aproximadamente US$ 14.400- por los cardiodefibriladores, precio fijado por el Fondo Nacional de Recursos. Más o menos estamos hablando de una diferencia de US$ 10.000; es algo increíble.

Frente a todas estas consideraciones, las tres empresas aquí representadas solicitamos a esta Comisión, en primer lugar, que se nombre un comité de expertos en estimulación cardíaca que determine la calidad y características de cada uno de los marcapasos y cardiodefibriladores que se ofrecen al Fondo Nacional de Recursos.

En segundo término, a los que vendemos marcapasos importados, se nos obliga por parte del Ministerio de Salud Pública a presentar autorización de venta de los dispositivos en el país de origen, de la FDA en el caso de los U.S.A. y CE Mark en el caso de los provenientes de Europa. Entendemos que esta norma debe ser extensiva también a los marcapasos nacionales, para colocar toda la mercadería en su correcta tipificación y adjudicar un precio justo a cada uno.

En tercer lugar, nuestras empresas deben dejar en consignación en cada centro un "stock" de mercadería, lo cual genera una carga financiera bastante elevada.

En cuarto término, al mismo tiempo entendemos que sería de justicia que todos los proveedores del fondo estuviéramos en igualdad de condiciones pagando los mismos impuestos, ya que las tres empresas que están aquí presentes se destacan por la inversión en la formación continua de los profesionales y del propio Fondo.

En quinto lugar, que se revea la resolución del Fondo de no colocar marcapasos importados en todos los procedimientos de marcapasos en pacientes derivados por instituciones públicas.

Por último, solicitamos la revisión de la Resolución de fecha 7 de noviembre por la que el Fondo fija unilateralmente el precio de los electrodos -ver Anexo I-, ya que no estaremos en condiciones de proveer estos insumos.

SEÑOR PRESIDENTE.- Quisiera hacer si las empresas que están representadas hoy aquí -Nelson Arcos S.A., Itanal S.A., Guidant, y Animi S.A.) son las que proveen de marcapasos importados al país o falta alguna.

SEÑOR MADRID.- Sí, falta.

Queremos ofrecernos para aclarar cualquier duda que tengan. El problema del implante de los marcapasos no es sencillo y no se puede explicar en diez minutos, por eso solicitamos que se integre un comité de expertos.

Cuando nosotros hablamos de comprar una cosa de relativa sencillez, uno puede decir que esto y esto es lo mismo. En cambio, frente al tema del marcapasos hay que estudiar la enfermedad del paciente y los tipos de marcapasos que se ofrecen. Hace muchos años, el Fondo determinó que hubiera franjas, por ejemplo, una de ellas significa que el marcapasos tiene una sola cámara. Pero ocurre que en esta franja, desde el año ochenta hasta acá debe haber en cada empresa aproximadamente treinta o cuarenta tipos diferentes de marcapasos que

cada vez más fueron más sofisticados. Si alguien ofreció un marcapasos modelo 85 y otro ofrece un modelo 2003, evidentemente la diferencia es enorme.

Queremos decir que nos llamó mucho la atención lo de los "chiches" del doctor Bagnulo, porque realmente las características de cada marcapasos son muy importantes. Yo no hablo de marcas, porque prácticamente todas tienen la misma calidad, condición impuesta mundialmente. Pero lo que sí es importante es un tema de justicia, es decir si el Fondo necesita implantar un marcapasos muy simple porque no tiene dinero, puede escucharse esa argumentación, pero lo que no puede hacer es -como nosotros decimos- que compitamos con los mejores marcapasos del mundo con otras calidades y después se pretenda que ese marcapasos se venda al precio del barato.

Yo estoy proveyendo al Fondo desde el año ochenta, desde la época en la que el Director era el doctor Víctor Zerbino y recuerdo que él hacía algo muy sencillo; nos llamaba, nos explicaba la situación, convocábamos a una reunión y de común acuerdo buscábamos una solución. Nuestras empresas viven del Fondo, quienes mejor que nosotros para defenderlo. En esa medida podemos hablar con las empresas americanas, se puede evaluar qué modelo se puede implantar o qué terapia se puede dar al paciente, pero lo que no se puede es imponer a una empresa: usted véndame a doscientos, cuando saben que nos salen doscientos cincuenta. Si yo no entrego me dicen: usted no entregó, me negó la provisión de marcapasos.

Quería referirme a ese punto, y estoy abierto a cualquier duda que deseen aclarar.

SEÑOR AMEN VAGHETTI.- Hoy recibimos a una delegación de la empresa CCC. Ellos afirmaron contundentemente que pagaban todos los impuestos de importación, igual que cualquier otra empresa. De lo que acaban de leer, entendí que no era así. Me gustaría que me lo aclararan.

SEÑOR MADRID.- Tengo en mi poder un documento de URUNET, que es la Información Oficial de la Aduana, donde aparece cuánto pagan las tres firmas. Voy a dejar este documento en poder de la Comisión. De aquí surge que ITANAL S.R.L. paga por IMADUNI un 6%, por Recargo Mínimo un 6% y por Recargo Adicional un 3.50%. En el caso de la empresa Nelson Arcos S.A., no paga nada de IMADUNI, de Recargo Mínimo paga un 6% y de Recargo Adicional un 3.50%. Con la empresa ANIMI S.A. sucede lo mismo.

También tengo en mi poder un documento en el que constan todos los insumos que importó la empresa CCC para fabricar sus marcapasos. Desconozco cuáles de estos elementos van en el marcapasos y cuáles no. Esto no es para mí; solo les digo lo que pude sacar en limpio. En lo relativo a circuitos impresos para marcapasos -estimuladores cardíacos-, por 340 unidades la empresa CCC no pagó IMADUNI, Recargo Mínimo ni Recargo Adicional. No pagó nada.

En cuanto a plaquetas de circuitos impresos, por cincuenta unidades no pagó IMADUNI, por Recargo Mínimo pagó 5% y cero por Recargo Adicional. Es decir que solo pagó 5%.

SEÑOR PRESIDENTE.- La empresa ITANAL S.A. importa los marcapasos. Es decir que no hay fabricación ni ensamble en el país. Por importar los marcapasos, ¿pagan impuestos?

SEÑOR MADRID.- Sí, el impuesto que aparece allí.

SEÑOR PRESIDENTE.- ¿No están exonerados?

SEÑOR MADRID.- No. Pagamos los impuestos sobre el total del marcapasos. El producto viene en dos cajas: una trae el marcapasos y otra el electrodo. El marcapasos se coloca en el pecho y el electrodo lo comunica con el corazón. Las dos partes son vitales, porque de nada sirve tener un marcapasos excelente y un electrodo deficitario; tienen que corresponderse.

SEÑOR PRESIDENTE.- La información que nos proporcionaron fue que como la otra firma diseña y ensambla o fabrica, paga impuestos por cada uno de los componentes del marcapasos. Ellos nos manifestaron que esa era la diferencia, en función de que el marcapasos importado estaría exonerado del pago de impuestos.

SEÑOR MADRID.- Es exactamente al revés. Ellos pagan un impuesto mucho más pequeño por cada una de las partes. En total pagan mucho menos. Nosotros pagamos más por el total del marcapasos.

Nosotros no queremos entrar en terrenos que no conocemos o que no nos atañen. Lo que queremos manifestar es que pagamos impuesto de importación, así como el impuesto a la renta y a las ganancias, como todas las empresas.

SEÑOR FLORES.- Quiero aclarar algunos puntos con respecto a la tecnología y a los precios.

En cuanto a la tecnología debo decir que años atrás, cuando apareció el marcapasos, era una caja bastante grande que tenía como función única mantener vivo a un paciente. Con el correr del tiempo esta caja ha ido evolucionando, transformándose rápidamente en un dispositivo que, además de salvar la vida de un paciente, tiene como finalidad mejorar la calidad de vida. De nada sirve tener un paciente vivo que no pueda correr o jugar tenis porque su marcapasos no se lo permite.

Las tres compañías que estamos aquí representadas han invertido mucho en tecnología y en investigación para llegar a dispositivos cada vez más pequeños, con la misma duración que los de antaño y que, además, agregan características específicas. Actualmente, las tres compañías cuentan con los mismos sistemas de sensores. Uno de ellos es el sensor fisiológico que es bastante flexible respecto a la actividad que el paciente va a desarrollar. Estos son distintos a los marcapasos de segunda generación, que provienen de mercados como Europa, donde la investigación es más reservada. Si tenemos un paciente con cuarenta años que tiene muchas actividades, es fundamental que el marcapasos le permita continuar con ellas. No puede ser que un señor de cuarenta años tenga que estar limitado porque el dispositivo que tiene puesto no le permite desarrollar muchas actividades.

En cuanto a los electrodos, los cables son la unidad básica sin la cual el marcapasos no funciona. La función del electrodo es, en primer lugar, censar lo que está pasando en el corazón y, en segundo término, estimular; si no hay una provocación del cartílago cardíaco, la función es producirla y comunicarlo al marcapaso. Para estas funciones es imprescindible que el electrodo sea de buena calidad.

En eso también se ha trabajado mucho porque han pasado de ser dispositivos muy gruesos a cables bastante finos que cada vez tienen más prestaciones y son más biocompatibles con nuestro cuerpo. Inclusive, deben ser medicados con esteroides para disminuir los efectos inmediatos de la cirugía que muchas veces producen umbrales, que son los parámetros que se programan en el marcapasos, un poco más altos de los que el paciente va a tener a lo largo de su vida. Nuestros electrodos vienen cubiertos con esteroides para minimizar este efecto.

En cuanto al tema de los precios, las tres compañías -estoy llegando de Estados Unidos- hacen un esfuerzo gigantesco por estar en un mercado como el de Uruguay, Chile o Argentina, donde prácticamente hay que hacer una subvención en los precios. Por ejemplo, nuestra línea de marcapasos, con un generador y dos electrodos, en Estados Unidos se factura a un promedio de US$ 6.000. Aquí en Uruguay el mejor precio que se puede lograr no supera los US$ 2.500. Estamos hablando del mismo marcapasos, de la última tecnología, en un país y en otro. Entonces, tenemos que hacer una subvención porque toda empresa tiene como finalidad última, además de la comercial, prestar un servicio. Queremos estar en este mercado, pero tenemos un límite. Lamentablemente tenemos costos. Tenemos la intención de seguir trabajando aquí con un precio un poco más bajo que el que se puede lograr en mercados como Estados Unidos, pero tenemos un límite.

Esperamos que se aclaren las diferencias con respecto a otros productos. No podemos decir que esos productos sean malos -no es nuestra intención criticarlos-, pero entendemos que no están siendo evaluados con la misma paramétrica. Un producto, para poder circular en Estados Unidos o Europa, tiene que tener una aprobación. En el caso de Estados Unidos es la FDA y en el caso de Europa es la marca CE. Este documento de aprobación implica un trabajo previo de investigación para demostrar que el producto es efectivo y que no es nocivo para el paciente. Esto involucra una gran inversión en dinero y en tiempo y una dedicación para que cada dispositivo que se saque al mercado esté debidamente probado y que, en efecto, sea un aporte y no un retroceso en el paciente.

SEÑOR PRESIDENTE.- ¿Qué porcentaje del mercado tienen los marcapasos importados, es decir, qué porcentaje de los marcapasos implantados en Uruguay corresponde a los importados?

SEÑOR FLORES.- Hace muchos años que en Uruguay hay dos mercados: uno abierto en el que compiten fundamentalmente los marcapasos importados y otro que compra los marcapasos nacionales, que se colocan solamente en el Instituto Nacional de Cirugía Cardíaca, que funciona en IMPASA y tiene convenio con el CASMU. Que yo sepa, no se colocan en otro lado.

Concretamente, se colocan aproximadamente 60% o 65% de marcapasos importados y 35% o 40% de nacionales.

SEÑORA ARCOS.- Solicitamos, sobre todo, que se revea la resolución de no colocar marcapasos importados en todos los procedimientos derivados de Salud Pública. Siempre fue un orgullo para todos nosotros la preocupación del Fondo Nacional de Recursos por la igualdad de condiciones para todos los ciudadanos uruguayos y por el hecho de que todos podamos recibir la misma tecnología. Por lo tanto, a mi criterio, esa resolución es absolutamente discriminatoria.

SEÑOR PRESIDENTE.- La Comisión de Salud Pública y Asistencia Social recibió en primera instancia al Fondo Nacional de Recursos. Estamos analizando este tema y vamos a tener en cuenta todas las opiniones que se han vertido, tanto por parte de la delegación presente como de los otros sectores involucrados.

SEÑORA ARCOS.- Quiero aclarar que en innumerables oportunidades nuestra empresa ha solicitado entrevistas personales con el Presidente actual del Fondo Nacional de Recursos, doctor Bagnulo, pero lamentablemente nunca nos pudo atender. Es importante que nos reciba para conversar y tratar de solucionar en forma conjunta las diferencias del Fondo con las empresas involucradas.

SEÑOR PRESIDENTE.- Agradecemos la visita de la delegación presente.

Se levanta la reunión.